Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

Expression française et culture socio-économique

Session 2011 • Code sujet : **2011-BTS111-NOR-ME-AN-GU-RE** • Durée : **4 heures**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Consommation engagée et responsabilité des consommateurs (3 questions) **Page 3**

2. Influence des engagements des consommateurs sur les modes de production et de transformation des aliments (1 question) **Page 5**

3. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 6**

Sujet officiel (PDF) : https://btsagemeau.fr/assets/annales/btsa-gemeau/E1 - Expression française et culture socio-économique/2011/BTSA GEMEAU - E1 - Expression française et culture socio-économique - Session 2011 - 1-Sujet.pdf

1. Consommation engagée et responsabilité des consommateurs

Le document principal analyse les tensions entre les actes d'achat et les engagements citoyens, ainsi que les limites de l'expression politique par le marché. Les questions évaluent le repérage d'éléments du texte, la compréhension de l'exemple brésilien et l'analyse des procédés d'écriture.

Question Première question. En vous appuyant sur le document principal et vos connaissances personnelles, citez trois éléments qui peuvent perturber la cohérence entre les actes de consommation et les engagements citoyens, puis proposez une reformulation pour chacun.

Élément perturbateur	Reformulation
Le marketing soumet le consommateur à des tentations et à des changements d'avis.	L'achat engagé peut être instable et ne remplace pas l'action citoyenne.
Les intentions des promoteurs et les labels sont parfois mal compris, notamment faute d'information lisible.	Le consommateur ne dispose pas toujours d'une information claire pour choisir en connaissance de cause.
Les consommateurs aisés ont davantage les moyens d'exprimer leurs valeurs par leurs achats.	Le pouvoir d'influence accordé par le marché est inégal et peut favoriser les plus riches.

Ces trois limites montrent que les choix d'achat ne traduisent pas toujours fidèlement les engagements citoyens.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Marketing instable, information confuse et inégalités de pouvoir d'achat fragilisent la cohérence entre consommation et engagement citoyen.

Question Deuxième question. À travers l'exemple brésilien développé dans le document principal, expliquez ce que les auteurs entendent par « surresponsabilisation des consommateurs ».

Après la hausse des prix alimentaires de 2007-2008, des investisseurs étrangers achètent des terres au Brésil pour produire des céréales, provoquant une spéculation foncière. Des responsables brésiliens proposent de limiter ces acquisitions afin de défendre la réforme agraire et de protéger les espaces naturels.

Leurs opposants affirment que les investisseurs du Nord respectent mieux l'environnement, car leurs clients consommateurs les surveillent. Les auteurs dénoncent ce raisonnement : il fait dépendre des achats des consommateurs du Nord des choix fonciers et politiques qui relèvent d'abord du débat démocratique brésilien. C'est ce transfert excessif de responsabilité qu'ils appellent « surresponsabilisation ».

✓ RÉPONSE À RETENIR

La surresponsabilisation consiste à faire dépendre de la vigilance des acheteurs du Nord des choix fonciers et politiques relevant du Brésil.

Question Troisième question. Indiquez les procédés d'écriture utilisés par les auteurs pour susciter l'intérêt du lecteur.

Les auteurs rendent leur argumentation vivante en mêlant analyse, exemple concret et adresse directe au lecteur.

- Questions rhétoriques : « S'exprime-t-il pour autant ? » et « Que deviendront les valeurs de solidarité […] ? » Elles invitent à réfléchir aux limites de l'achat engagé.
- Exemple précis des acquisitions de terres au Brésil, qui rend l'enjeu politique concret.
- Ironie et exclamation dans « Et voilà les consommateurs, du Nord, supposés vigilants, "convoqués" » : elles soulignent le transfert contestable de responsabilité.
- Oppositions entre marché et politique, Nord et Sud, ainsi que la formule frappante « surresponsabilisation ».

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Questions rhétoriques, exemple brésilien, ironie, exclamation et oppositions stimulent l'intérêt et la réflexion du lecteur.

2. Influence des engagements des consommateurs sur les modes de production et de transformation des aliments

Dans le cadre du conseil régional des jeunes, la commission « solidarités locales et internationales » prépare un dossier intitulé « Consommateurs, Consom'acteurs ? ». Le candidat doit rédiger un article de presse de trois pages manuscrites sur le pouvoir d'influence des consommateurs, sans le signer.

Question Sujet de rédaction. Rédigez un article de presse de trois pages manuscrites pour le bulletin trimestriel de la commission « solidarités locales et internationales » du conseil régional des jeunes, en répondant à la question : « Les engagements des consommateurs peuvent-ils influencer les modes de production et de transformation des aliments ? » Respectez l'anonymat et ne signez pas de votre nom.

Consommateurs engagés : un levier pour transformer l'alimentation ?

Nos choix alimentaires peuvent peser sur les producteurs et les industriels. Acheter des produits bio ou équitables, privilégier les circuits courts et boycotter certains produits envoie un signal sur les pratiques attendues. Les AMAP rapprochent producteurs et consommateurs ; le mouvement Slow Food défend la qualité, la diversité et les savoir-faire.

Cette influence existe, mais reste inégale. En 2007, 21 % des personnes interrogées déclaraient avoir acheté un produit citoyen et 31 % avoir déjà boycotté un produit. Les prix, la confusion entre labels et le poids du marketing limitent toutefois ces choix. Le marché ne peut donc décider seul de l'intérêt général. Achats engagés, actions collectives et politiques publiques doivent se compléter pour faire évoluer durablement production et transformation alimentaires.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Oui, les choix des consommateurs peuvent orienter les pratiques alimentaires, mais leur portée dépend aussi de l'action collective et des décisions publiques.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2011)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve de BTS agricole, session 2011, code 2011-BTS111-NOR-ME-AN-GU-RE, dure quatre heures et aucun coefficient n'est imprimé. Elle porte sur la consommation engagée, l'équité internationale, les systèmes alimentaires et la responsabilité citoyenne. Les candidats analysent un texte, répondent à trois questions puis rédigent un article argumenté sur l'influence des choix des consommateurs sur les modes de production et de transformation alimentaires.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le système alimentaire englobe la production, la transformation, le stockage, le transport, la distribution et la consommation des aliments.
- Le buycott consiste à privilégier des produits associés à des modes de production que les consommateurs souhaitent soutenir.
- La consommation engagée peut influencer les marchés, mais son accès et le pouvoir d'expression des consommateurs sont inégalement répartis.
- Les choix d'achat peuvent signaler des attentes, mais ne remplacent pas les décisions politiques ni l'action collective.

Points de vigilance & attentes du jury

- Citez trois éléments distincts du document principal et reformulez chacun sans en déformer le sens.
- Dans l'exemple brésilien, expliquez le rôle attribué aux consommateurs du Nord et les enjeux de décision politique nationale.
- Pour l'article, répondez précisément à la question en développant une argumentation claire et illustrée.
- Respectez les trois pages manuscrites, l'anonymat et les règles d'orthographe et de syntaxe : quatre points sont consacrés à la présentation et à la maîtrise des codes.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment traiter la première question de la partie 1 ?

Relevez trois éléments précis du document principal qui fragilisent le lien entre consommation et engagements citoyens. Pour chacun, proposez une reformulation fidèle et distincte, en vous appuyant aussi sur vos connaissances personnelles.

Q : Que signifie la « surresponsabilisation des consommateurs » dans l'exemple brésilien ?

Les consommateurs du Nord sont indirectement présentés comme chargés de surveiller les pratiques des investisseurs étrangers au Brésil. Les auteurs interrogent ce transfert de responsabilité, alors que les acquisitions de terres relèvent aussi de choix politiques nationaux.

Q : Comment organiser les quatre heures de l'épreuve ?

Le sujet ne fixe pas de répartition du temps. Vous pouvez réserver une première période aux trois questions, puis planifier et rédiger l'article de trois pages, en gardant du temps pour vérifier son organisation, son anonymat et la langue.

Q : Quels critères de notation sont explicitement indiqués ?

La première partie vaut 7 points et la deuxième 9 points. Quatre points sont consacrés à la présentation et à la maîtrise des codes, notamment l'orthographe et la syntaxe. L'article doit faire trois pages manuscrites et rester anonyme.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsagemeau.fr/assets/annales/btsa-gemeau/E1 - Expression française et culture socio-économique/2011/BTSA GEMEAU - E1 - Expression française et culture socio-économique - Session 2011 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTSA Gestion et Maîtrise de l\ : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.